

ИСТОКИ ГРАФИЧЕСКОГО
ДИЗАЙНА.
ПРОТОРЕКЛАМА.

доцент кафедры Дизайна Ягуза И.А.

Протореклама

Протореклама - исторически сложившийся в глубинах культуры набор коммуникативных приемов.

Приставка «прото» указывает на стадию, предшествующую исследуемому явлению.

Реклама


Реклама (франц. *reclame*, от лат. *reclamare* – выкрикивать) - разнообразные мероприятия, имеющие целью оповещение о чем-либо.

Что такое реклама?

Часть коммуникаций, в рамках которой производится оплаченное известным спонсором распространение не персонализированной информации с целью:

- привлечения внимания к объекту рекламирования
- формирования спроса
- поддержания интереса к нему

Способы периодизации истории человечества



От выбора шкалы периодизации зависят конкретные ориентиры в истории рекламы:

- временная шкала
- формационная шкала
- технологическая шкала

Способы периодизации истории человечества

Временная шкала:

- Доистория (4-3млн. – 40-30 тыс.лет -3-4 тыс. лет до н.э.
- Древние цивилизации – 3-4 –тыс. лет до н.э. – 3-5 в. н.э.
- Средневековье – 3-5 в. – кон.XIV – нач. XV в.
- Возрождение – XV – XVI вв.
- Новое время – XVII – XIX вв.
- Новейшее время – XX в. – наст. время

Способы периодизации истории человечества

Формационная шкала:

- Первобытно-общинное общество
- Рабовладение
- Феодализм
- Капитализм
- Будущее общество (социализм, коммунизм и т.п.)

Способы периодизации истории человечества

Технологическая шкала:

- Собирательство
- Аграрное общество
- Индустриальное общество
- Постиндустриальное общество

(варианты: информационное общество, общество услуг)

Древний мир

Древний мир – обозначение периода раннеклассовых обществ на Древнем Востоке, в Греции и Риме.

Древнейшие государства возникли на рубеже 4-го и 3-го тыс. до н.э. (Месопотамия, Египет).

Своего высшего развития цивилизация того времени достигла в Древней Греции и Риме.

История Древнего мира завершается 3-5 вв. н.э.

Достижения цивилизации Древнего мира

- Возникли художественная литература и ее жанры (трагедия, комедия, лирика, эпос и т.д.)
- Появились исследования по истории и философии
- Создан первый театр
- Заложены основы естественных наук (математика, астрономия, медицина и т.д.)
- Написаны первые законы, развивается юриспруденция
- Созданы выдающиеся памятники изобразительного искусства и архитектуры

Рабовладение и его типы

Рабовладение – основа экономических отношений Древнего мира.

От сложившегося типа рабовладения зависели все виды коммуникаций в обществе, в том числе и «юная» реклама.

2 типа рабовладения:

- Восточная деспотия с патриархальным рабовладением (азиатский способ производства)
- Классическое античное рабовладение

Рабовладение и его типы

Восточная деспотия с патриархальным рабовладением (азиатский способ производства)

- «государственное» рабовладение, когда все жители – рабы верховного правителя, они работают в общинных коллективах, без которых в сложных природных условиях не выжить.

Коллективизм и сильное государство породили специфическую **рекламу** – демонстративную по своей сути, политическую по задачам, со слабым коммерческим компонентом.

Рабовладение и его типы

Классическое античное рабовладение

- «частное» рабовладение, когда рабы находились в частной собственности массы отдельных граждан, обладающих свободным временем и получивших возможность развивать свои способности.

Высокая планка личной свободы, формирование раннего гражданского общества позволили появиться рекламе, которая не только продавала, но и была креативна для своего времени.

Зарождение профессиональной рекламы

Когда протореклама превратилась в профессиональную рекламу?

Процесс профессионализации рекламы совпадает по времени с периодом формирования массовой информации., т.к. реклама – это один из типов такой информации.

Когда обществу становится необходима массовая информация?

Когда межличностные контакты между соседями уже не могут обеспечить информационное благополучие общества.

Массовая информация одна из составляющих культуры урбанизма

Количественный рост численности населения (от 5 тысяч до 1 млн. жителей в древних Вавилоне и Риме) – важный фактор появления массовой информации и технологий ее распространения.

Население было готово к восприятию массовой информации и рекламы, т.к. в городах **существенно увеличилась доля граждан, владеющих азами письменности.**

Письменность – основа становления массовой информации и рекламы

Изобретение письменности называют началом истории и второй информационной революцией (первая – речь, третья – печатный станок, четвертая – компьютер).

«Письменные источники нигде не датируются ранее 3000 г. до н.э., следовательно, история длится 5000 лет»

Карл Ясперс, немецкий философ

Данные о начале письменности:

3300 лет до н.э. - в Шумере

3000 лет до н.э. – в Египте

2000 лет до н.э. – в Китае

Πисьменность



Влияние появления письменности

- коммуникация стала не только непосредственной, но и **опосредованной**;
- кроме устного фольклора появилась **авторская информация**;
- письменность стала основой дифференциации общества по **информационно-интеллектуальному признаку**;
- письменность сделала возможным фиксировать знания большого объема и говорить не о памяти отдельного человека, а о **памяти человечества**.

Центры формирования рекламы

Информационные центры древнего города, вокруг которых формируется реклама:

- Административное руководство (например, полис в Древней Греции);
- Храмовый комплекс;
- Торговая площадь.

Виды рекламы в древних цивилизациях:

- Устная (вербальная) реклама;
- Предметно-изобразительная реклама;
- Письменная реклама.

Вербальная (устная) реклама

Первая информационная революция –
возникновение языка.

С развитием общества появились **профессиональные рекламные тексты**, решающие задачи продвижения товаров.

Глашатаи появляются в ранней античности

- в период крито-микенской культуры – XIV век до н.э.

Глашатай – прообраз всех видов рекламы с **аудиокомпонентом**. В их функции в условиях становления массовой информации входило профессиональное оповещение населения.

Глашатай

Три ступени в карьере глашатая в античности:

1. **Дипломатический глашатай** – сообщал о работе посольств в полисах, о международных событиях. Эта должность наследовалась.
2. **Глашатай городской администрации** – владел жезлом Меркурия –вестника богов, сообщал о местных событиях – выборах, судебных процессах, казнях и т.д.
3. **Рыночный глашатай** – имел рог или колокольчик для сбора слушателей, рекламировал товары, зазывал для покупки

Глашатай



Глашатай



Глашатай



Рыночный фольклор

«Чтобы глаза сияли, чтобы алели щеки, чтобы надолго сохранилась девичья краса, разумная женщина будет покупать косметику по разумным ценам у Экслиптоса»

Устная реклама на
улицах Афин

«Клянусь Зевсом»(Греция), «Клянусь Юпитером»
(Рим)

Популярные клятвы рыночных
торговцев

Предметно-изобразительная реклама

Если по устной рекламе можно судить лишь косвенно, то образцы предметно-изобразительной рекламы дошли до наших дней.

- Вывески
- Упаковка
- Первоначальные товарные знаки

Вывески

Владельцы различных таверн, бань, кузниц, харчевен и т.д. используют **вывески** с изображением основных символов своей деятельности.

На вывесках изображались не только сами товары, но и функционально близкие предметы (щит – постоялый двор, плюц – виноторговля, жернов – лавка булочника)

Вывески



Вывески

Самая древняя сохранившаяся вывеска – Мемфис (Египет) III в. До н.э.

«Я, Рино с острова Крит, по воле богов толкую сновидения»

Информация размещена на камне, высота 35 см., хранится в Каире, Египет.



«Последний день Помпеи» Карл Брюллов
Помпеи были засыпаны пеплом во время извержения Везувия в августе 79 г. н.э.



Археологические раскопки рекламы

Во время раскопок в Помпеях было найдено около полутора тысяч различных рекламных обращений, схожих с современной рекламой. Предметы рекламирования охватывают все сферы жизнедеятельности:

- экономическую
- политическую
- зрелищную
- межличностную рекламу
- объявления о различных

услугах

Упаковка

Упаковка как вид предметно-изобразительной рекламы.

«Косметичка» древней египтянки – деревянный сундучок со **стеклянными флаконами** из гробницы Мерит, жены чиновника. Во флаконах – кремы, тушь для бровей, ароматные масла.



Упаковка



Упаковка



Упаковка

Амфоры – сформировались как традиционная упаковка для вина в античный период. Амфоры имели маркировку, клейма с датой, была указана информация о содержавшемся вине.



Упаковка

Саркофаги как «упаковка»

«Рабинес Клеос, финикиец, отдыхает здесь от морских походов, Жизни его было 87 весен. Он был двухсот первым, кого Рамос положил в свой искусно изготовленный гроб, и радость была скорбящим от таких похорон».

Надпись на саркофаге военного



Упаковка

Золотой
саркофаг
фараона
Тутанхамона



Упаковка

Золотой саркофаг фараона Тутанхамона



Первоначальные товарные знаки

Клейма и владельческие знаки как прототипы товарного знака

Клейма появились еще в Древней Индии 3000 лет до н.э.

Их задача – обеспечить быструю узнаваемость качественного товара покупателем и защита от подделки.

В Греции последней четверти IV в. до н.э. функционирует институт астиномов, которые клеймили стандартную торговую тару, мерные сосуды, черепицу и контрольные гири. На сырые гончарные изделия ставились клейма, а затем производился обжиг.

Клеймо как знак принадлежности раба.

Первоначальные товарные знаки



Рис. 2. Древнейшие русские печати: 1 – Киев; 2 – Новгород

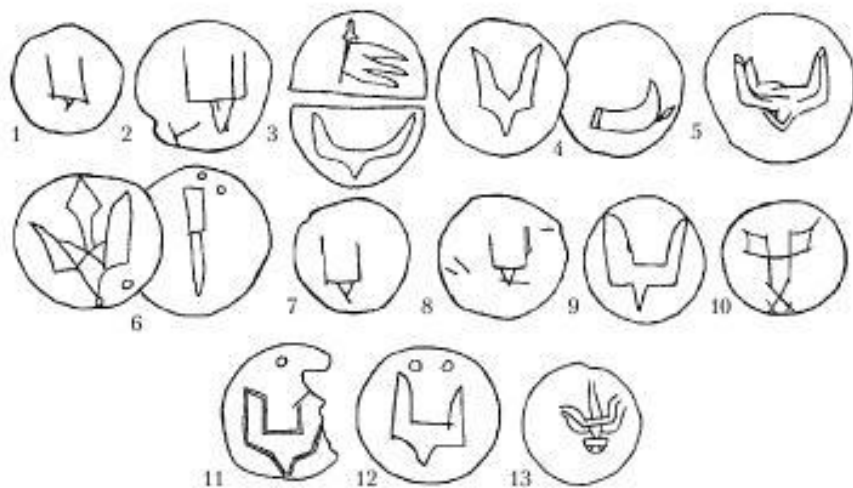
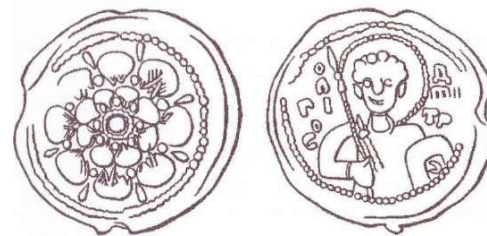
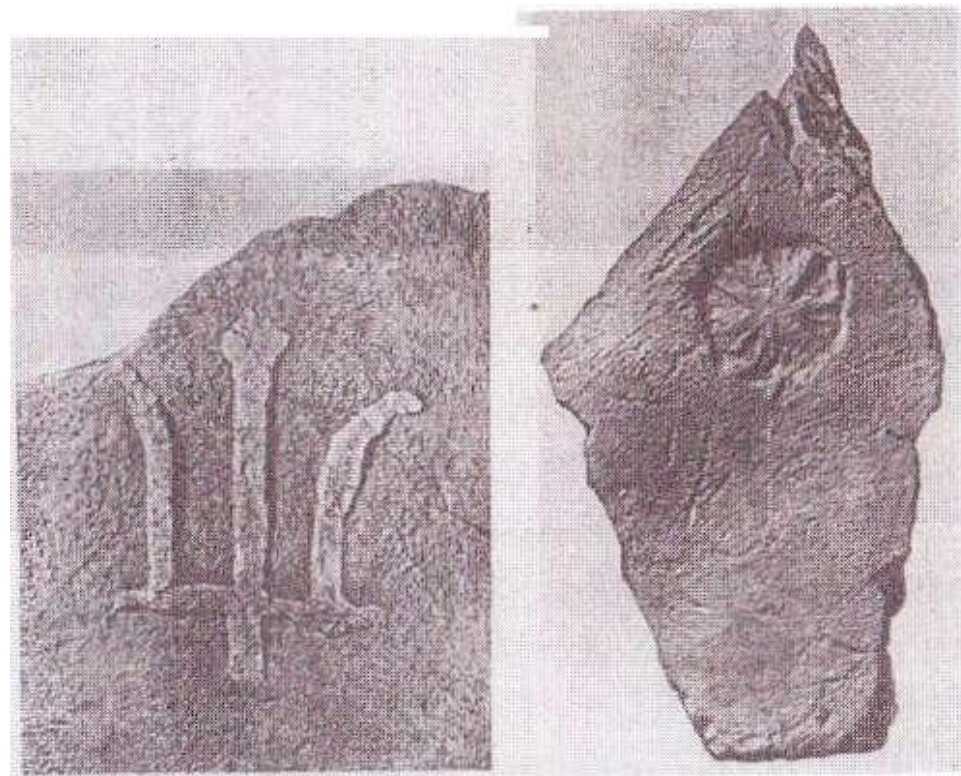
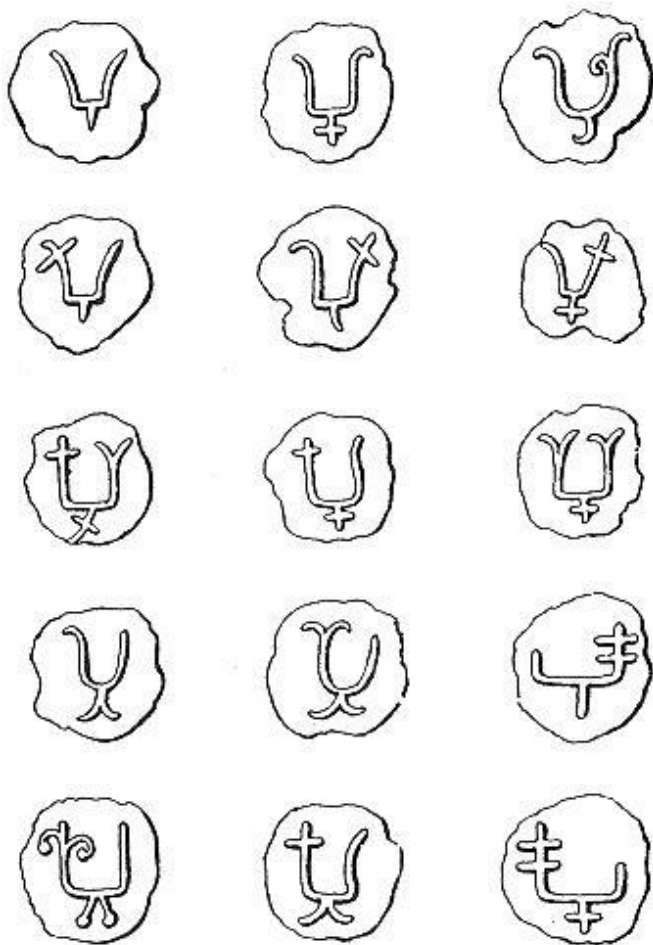


Рис. 3. Граффити на восточных (1–12) и византийской (13) монетах



Печать Изяслава Ярославича

Первоначальные товарные знаки



Знаки древнерусских каменщиков

Первоначальные товарные знаки



Первоначальные товарные знаки



Палеолитические Венеры, женские фигурки с большим животом, — символ плодородия, единства и родства первобытных общин, их силы в противоборстве с природой.

Сегодня в рекламе такую же роль играют логотипы, эмблемы

Первоначальные товарные знаки



В Тирольских Альпах была обнаружена старейшая ледяная мумия человека. Ее возраст — примерно 5300 лет. Ученые дали ей имя Эци. На теле мумии около 57 татуировок из точек, линий и крестов.

Письменная реклама

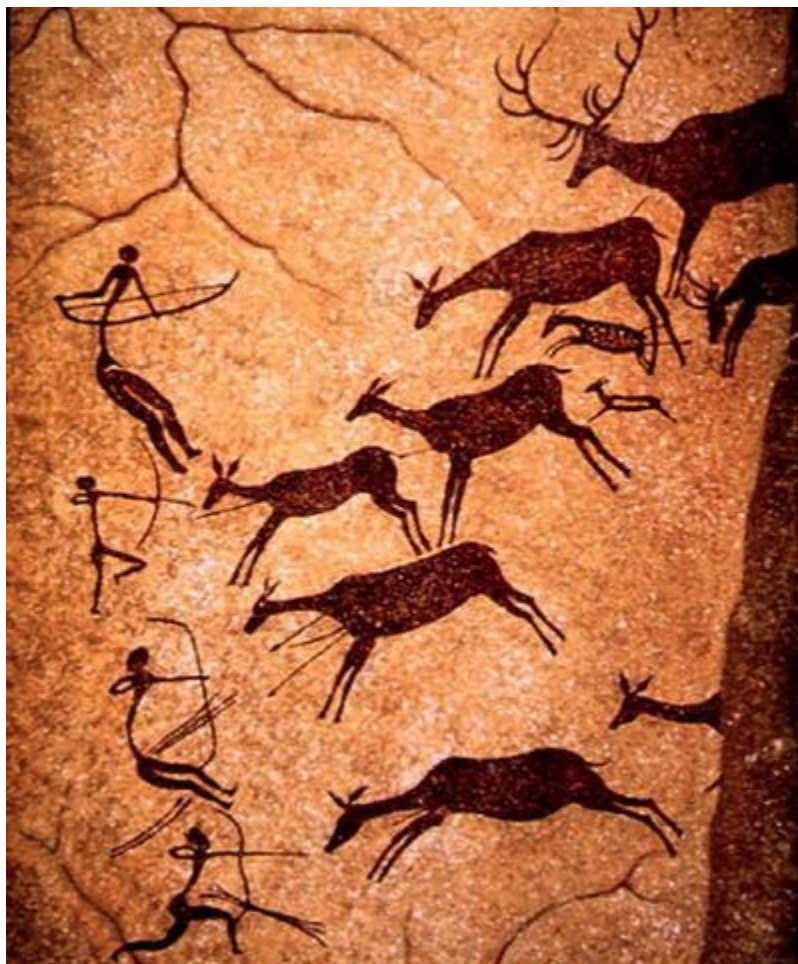
Самые древние тексты (клинопись) датируются 3700 до н.э. – Шумерская цивилизация.

Рекламные тексты появились позже.

Виды письменной рекламы:

- граффити
- папирусы и восковые таблички
- альбомы
- римская протогазета
- афиши

Письменная реклама



Название **«граффити»** происходит от слова «графтио» – «царапаю». Первыми образцами граффити считаются **наскальные рисунки.**

*Охота на оленей,
наскальная живопись ок. 8-9
тыс. до н. э. Испания,
ущелье Вальторта.*

Письменная реклама

Граффити – первоначально – надписи и рисунки (сатирического характера), обнаруженные на стенах античных памятников и на древних сосудах.

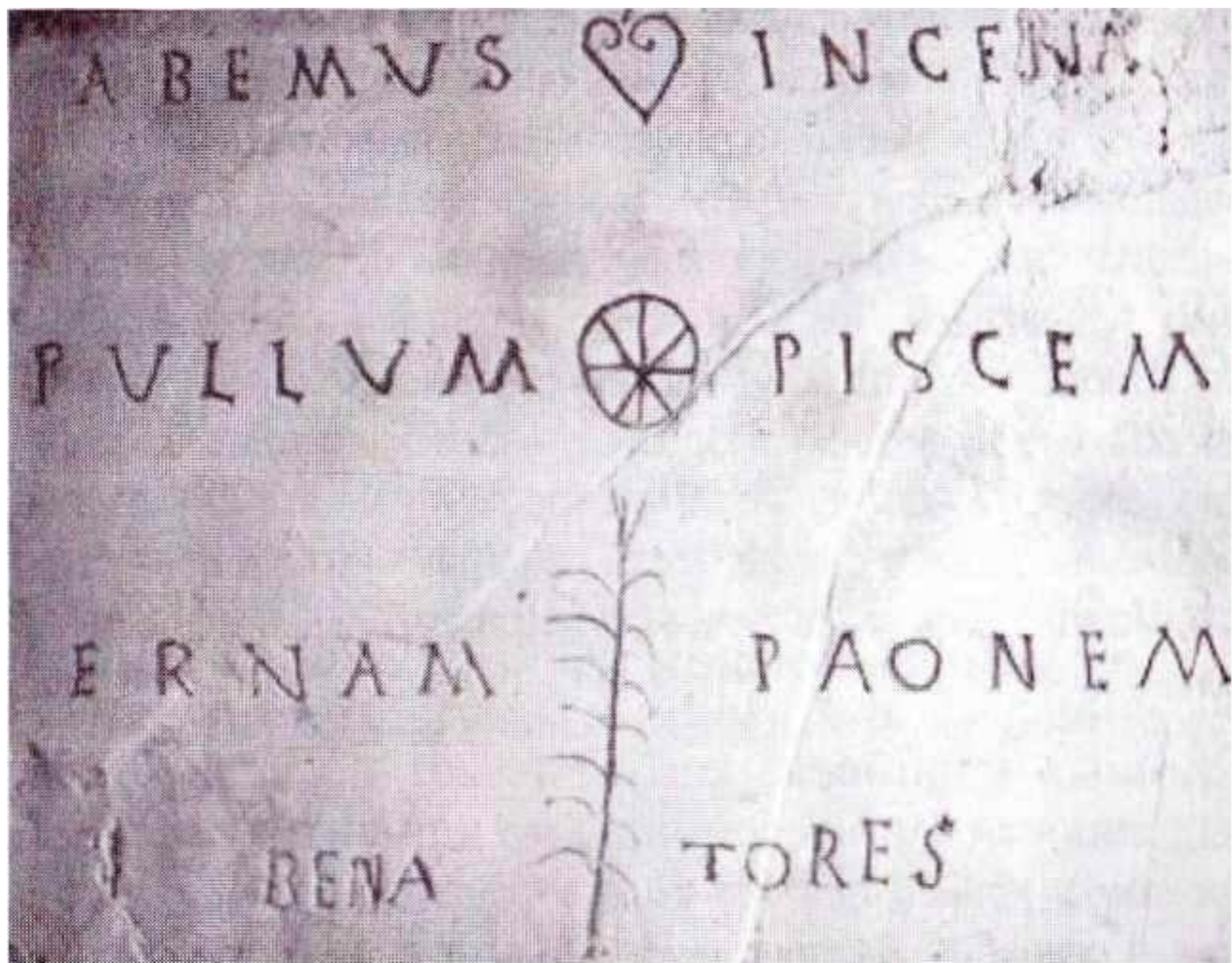
Граффити – в современном значении – надписи и рисунки на стенах домов, на монолитных поверхностях ограждений, в метро и т.д. Как общественное явление искусство граффити развилось в молодежной среде Нью-Йорка в 60-е годы XX века.

Письменная реклама



Граффити. Реконструкция ситуации нанесения надписей

Письменная реклама



Меню харчевни. Граффити

Письменная реклама



Письменная реклама

Граффити

В Помпеях сохранились более 1 000 разнообразных граффити.

- как форма личной саморекламы

«Ромула была здесь со Стафилом.

Доброго здоровья тем. Кто позовет меня на обед.

Удачи всем любовникам»

- как постепенная профессионализация стихийных рекламных текстов

«Прохожий, проходи отсюда до 12 башни,

Там Сарикус держит винный погребок,

Загляни туда. До встречи»



Письменная реклама



Письменная реклама



Письменная реклама



Письменная реклама

*«Я удивляюсь тебе, стена,
Как могла ты не рухнуть,
А продолжаешь нести
Надписей столько дрянных!»*

Граффити из

Помпей

Письменная реклама

Папирусы, пергамент, глиняные и восковые таблички – древние «рекламоносители» письменной рекламы.

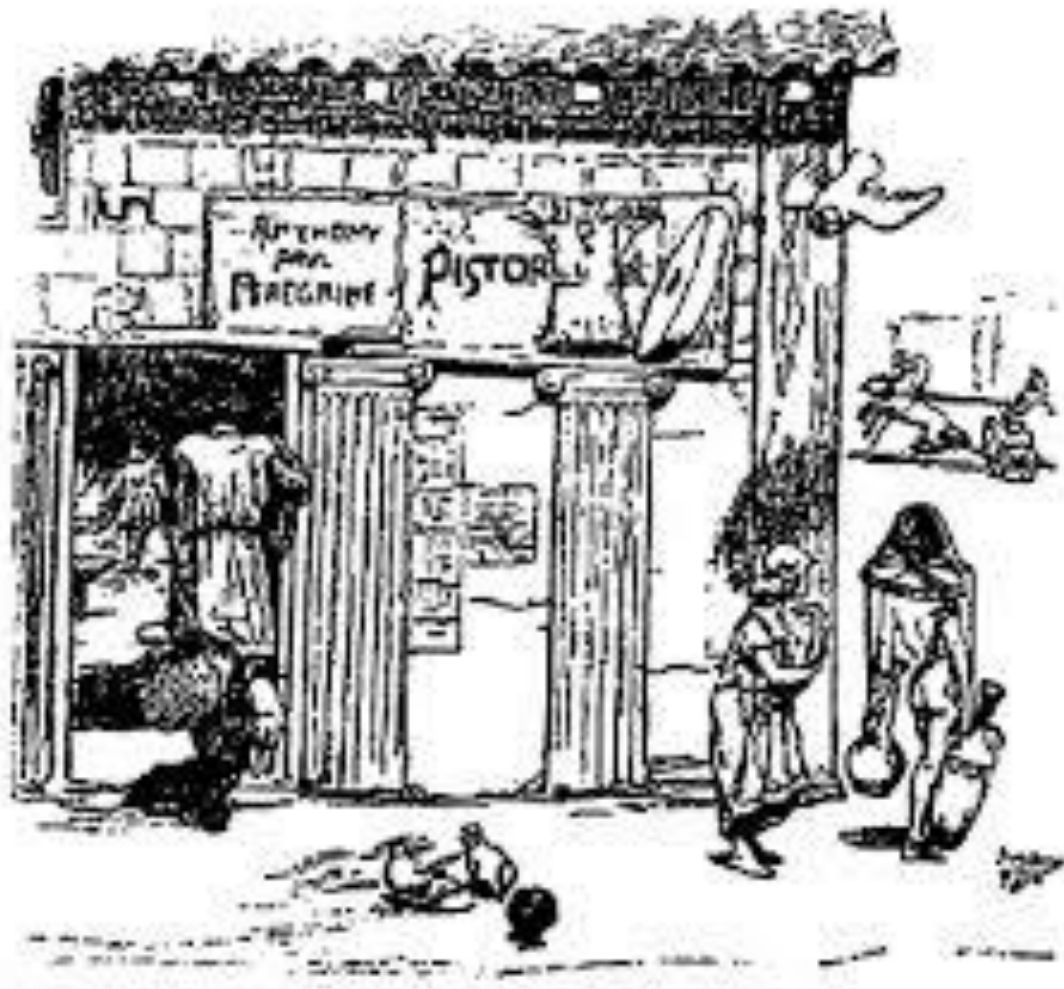




Письменная реклама

Альбум (album – лат. белый) – выделенное на городских стенах место для размещения информации, выбеленное белой краской и по мере заполнения закрашиваемое снова.

Альбум на фасаде хлебной лавки в Помпеях



Письменная реклама

Римская протогазета – вариант альбума, санкционируемый и поддерживаемый римскими провителями.

Два вида:

«Acta senatus» - «дела сенатские» – основана Юлием Цезарем в 59 г. до н.э.

«Acta diurni populi romani» - «повседневные дела римского народа» – межличностные объявления.

Письменная реклама

Первым рекламным объявлением, найденным археологами, считается папирус с текстом о продаже раба (хранится в Британском музее):

«Он прекрасно слышит обоими ушами, видит обоими глазами. Гарантирую Вам его воздержанность в пище, честность и покорность».

«Какое упругое тело! Разве не эта девушка Вам подходит? Я гарантирую ее невинность».

*Примеры объявлений о
работорговле*

Письменная реклама

Афиша как реклама зрелищ

Афиша – это жанр рекламы, рожденный в античности. В отличие от простого объявления, афиша детализирована и носит новостной характер.

Афиши выводились красной краской по выбеленной стене. Существовали также раздаточные афиши на папирусах.

Письменная реклама



Письменная реклама

«20 пар гладиаторов будут сражаться в Помпеях за 6,5,4,3 дня и накануне апрельских ид (т.е. 8, 9, 10, 11, 12-го апреля), а также будет представлена охота по всем правилам и будет натянут навес. Написал это Эмилий Целер, один при лунном свете»

*Приглашение на
гладиаторские бои*

Письменная реклама



Рис. 1.7. Граффити из древнеримской Помпеи с объявлением о боях гладиаторов

Письменная реклама



Политическая реклама

Политическая реклама и PR в древности распространялась:

- на улицах городов глашатаями
- на альбомах профессиональными писцами-каллиграфами
- на городских стенах жителями с помощью граффити

«Рыбаки! Выбирайте эдилом Попидия Руфа» (обращение к сегментированной целевой аудитории)

«Рекомендуем Цериния Ватия от имени всех сонливцев и пьянчуг» (антиреклама, черный PR)

«Подражать надо, а не завидовать»

Политическая реклама из Помпей

Письменная реклама

Зачатки PR- деятельности

Среди первых мероприятий по связям с общественностью (точнее – произведения сильного впечатления на общественность):

- Триумфальные шествия, прославляющие успешных полководцев
- Скульптурные портреты правителей с хвалебными надписями – элогиями
- Памятники и трофейные сооружения

Общие выводы

В древнем мире, особенно в период античности развились **коммуникационные технологии** направленные на налаживание **коммерческой коммуникации** в условиях расцвета городов и развития товарно–денежных отношений.

В этот период был полностью заложен **фундамент современной рекламы**.